

EDIÇÃO
2022

FINANCIAMENTO DE CAMPANHA

Campanhas de
baixo orçamento e
alto engajamento

+ LGBT NA POLÍTICA

#VOTE
LGBT

avio
criativo

VICTORY
INSTITUTE

ÍNDICE

Baixo Orçamento e Alto Engajamento	4
Recursos Financeiros, Não Financeiros E Afetivos	6
Recursos Mínimos	6
Equipe Mínima e Organograma Sugerido	10
Possibilidades de Arrecadação	12
Financiamento Coletivo	12
Recurso Próprio	22
Doação Direta de Apoiadores(As)	24
Eventos de Arrecadação Entre Candidaturas	28
Fundo Partidário e Fundo Eleitoral	31
Fundo Eleitoral	32
Mapeamento de Doadores	35
Pessoas Próximas	37

Pessoas Conhecidas	39
Conhecidas de Conhecidas	40
Multidão	40
Não Tenha Vergonha de Pedir	42
Fontes e Inspirações	43
Ficha Técnica	45

BAIXO ORÇAMENTO E ALTO ENGAJAMENTO

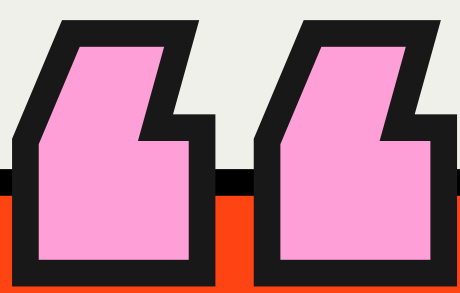


Não vamos enganar você. É verdade que toda campanha custa dinheiro e que aquelas com poucos recursos enfrentam mais dificuldades do que as candidaturas consolidadas financeiramente. Mas isso não deve ser motivo de desânimo.

Um exemplo inspirador é a campanha coletiva d'As Muitas, em Belo Horizonte, de 2016, que conseguiu, através da força coletiva e com muito voluntariado, viabilizar campanhas de 12 candidaturas com pouco dinheiro e muita criatividade. André Barreto, que participou dessa

iniciativa, apresentou algumas dicas valiosas no Webinário +LGBT Ocupando a Política, que aconteceu em Novembro de 2021, por uma iniciativa do #VoteLGBT em parceria com o Victory Institute.

As dicas do André estão neste material, além de insights do Manual da Mulher Candidata, do Projeto Me Farei Ouvir, e da Plataforma Im.Pulsa, iniciativa da ONG #ElasNoPoder e Instituto Update. Demais fontes estão disponíveis ao final desta publicação.



Para fazer uma campanha de baixo orçamento, o planejamento é fundamental. É preciso definir qual o tipo de campanha funciona melhor para você para direcionar os esforços e simplificar a busca por alternativas

RECURSOS FINAN- CEIROS, NÃO FINAN- CEIROS E AFETIVOS



Para iniciar seu planejamento de arrecadação, é importante ter em mente que a campanha precisa de recursos financeiros, recursos não financeiros e recursos afetivos - que são a sua rede de apoio

RECURSOS MÍNIMOS

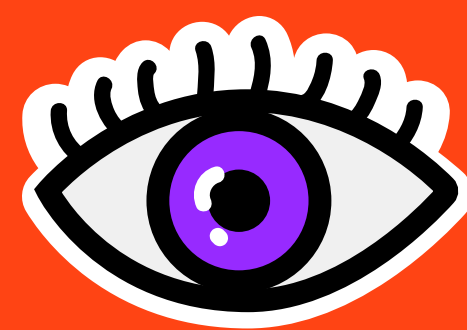
O que consideramos essencial para sua candidatura e que custa dinheiro:

- ★ **Despesas da candidata ou do candidato como de deslocamento, alimentação, entre outras.**

- ★ **Contratação de advogada e contadora**
- ★ **Impressão de material de campanha**
- ★ **Patrocínio de postagens nas redes**

O que consideramos essencial para sua candidatura mas são recursos não financeiros:

Trabalho doado



Concepção e Coordenações

Produção de evento

Criação de Identidade Visual

Produção de Jingle e Locução

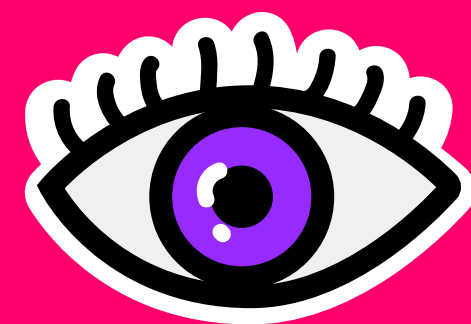
Panfletagem e mobilização

Gestão de redes sociais

Design, Foto & Vídeo

Gestão financeira

Produtos doados



Computadores

Equipamento de Foto & Vídeo

Mobiliário

**Quintais de casa de amigas
para rodas de conversa**

Obras de arte para leilão

Cozinha e alimentação

Estúdio de edição de som

Carro, moto e/ou bicicleta

*Seguindo o exemplo d'As Muitas

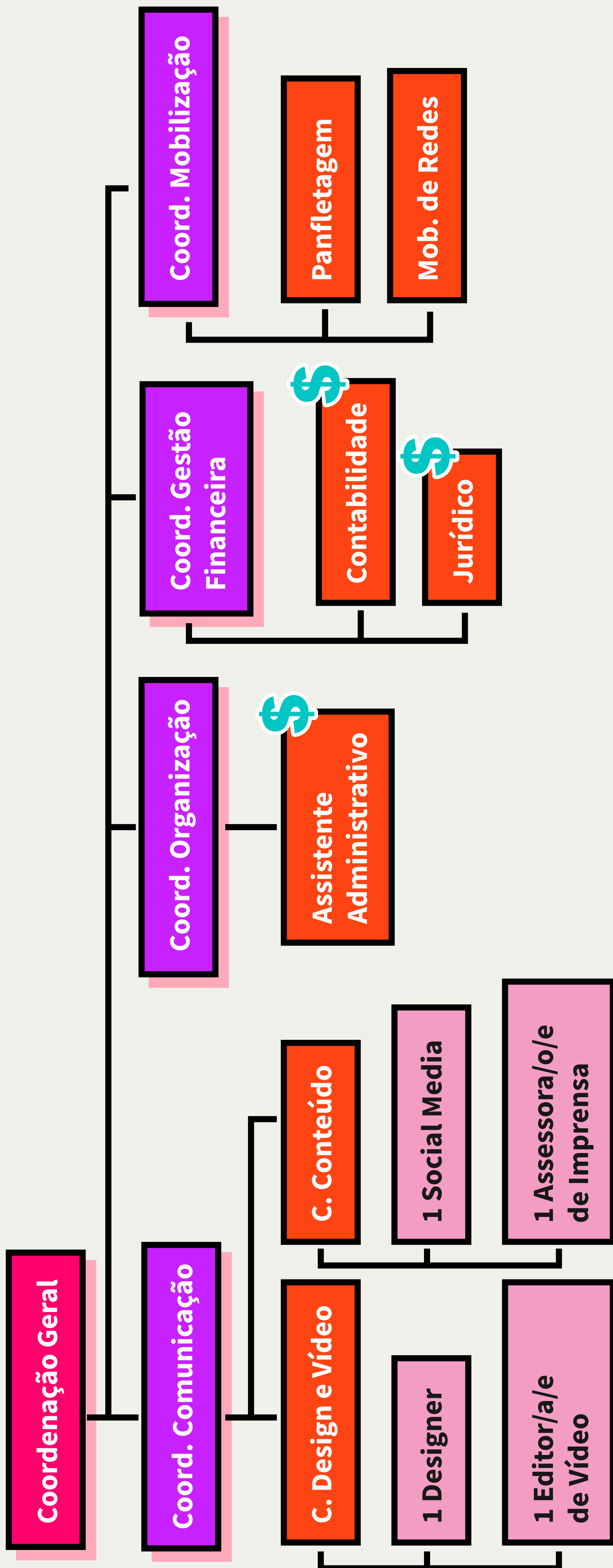
O que são os recursos afetivos:

- ★ **Amizades com influência política, sociocultural, intelectual e territorial que possam criar pontes entre você e seu eleitorado**
- ★ **Outras candidaturas que topem montar uma estrutura compartilhada**

EQUIPE MÍNIMA E ORGANOGRAMA SUGERIDO

As funções que sugerimos que sejam remuneradas colocamos a marca de \$, todos os demais consideramos que é possível fazer apenas com voluntariado.

Principalmente ao trabalhar com voluntariado, um organograma bem definido contribui muito para a economia de recursos - tanto de dinheiro como de tempo.



POSSIBILIDADES DE ARRECADAÇÃO



Existem algumas maneiras de arrecadar recursos para sua campanha. Algumas com autonomia em relação ao partido e outras não. Aqui listamos as principais, junto com algumas ideias e dicas.

FINANCIAMENTO COLETIVO

Para as eleições de 2022, o Calendário Eleitoral permite que as campanhas façam arrecadação prévia de recursos a partir do dia 15 de maio. Esta maneira de arrecadação é relativamente nova

pois passou a ser autorizada pela Justiça Eleitoral em 2018.

DICA 1:

Não dependa apenas do Financiamento Coletivo, inclua-o em uma estratégia global de arrecadação para não se frustrar caso não bata a meta.

DICA 2:

Encare o Financiamento Coletivo como uma espécie de “sub-campanha”. Isso significa que é preciso mobilização e produção de conteúdo constante para que mais pessoas acessem e doem. Só dá pra fazer isso com estrutura de comunicação.

DICA 3:

No período de pré-campanha, as doações em financiamento coletivo

devem ser recolhidas pelo partido ou federação. A sua campanha só poderá arrecadar para si depois que tiver sua conta bancária em funcionamento, o que só é possível depois do registro de candidatura.

DICA 4:

Em financiamento coletivo eleitoral não é permitido oferecer “recompensas” para doadores. A recompensa, nesse caso, é oferecer PERTENCIMENTO. Faça com que as pessoas sintam-se envolvidas e realizadas ao permitir que elas participem de sua campanha.

DICA 5:

No dia 17 de maio, o #VoteLGBT lançará uma galeria pra ajudar a visibilizar campanhas de financiamento de pré-

candidaturas LGBTQ+. Se atente para ter sua campanha de arrecadação pronta e aproveite essa visibilidade!

E agora vamos a um antes, durante e depois.

ANTES DE INICIÁ-LO:

- ★ **Leve em consideração o custo do voto em seu território para estabelecer uma meta razoável;**
- ★ **Pesquise as plataformas de financiamento coletivo registradas pelo Tribunal Superior Eleitoral e compare as funcionalidades disponíveis para escolher aquela que é mais interessante para você;**
- ★ **Mande mensagem, e-mails e até cartas, se necessário, para avisar ao seu ciclo de contatos mais próximo de que iniciará um financiamento coletivo para sua**

candidatura. Já peça para que essa pessoa doe qualquer valor no primeiro dia de campanha do financiamento;

- ★ Produza alguns conteúdos com antecedência. Pelo menos o vídeo-manifesto para o lançamento, além de alguns conteúdos que levem em consideração diferentes fases de convencimento (início, meio e fim).**

DURANTE O FINANCIAMENTO:

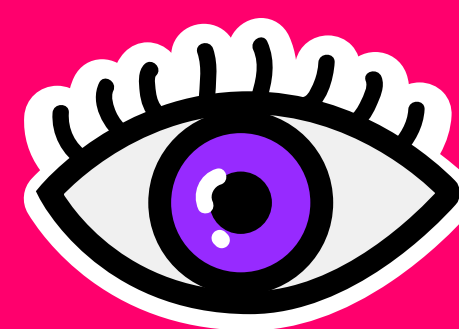
- ★ Logo nos primeiros dias é fundamental que seus contatos mais próximos doem. Isso é determinante para que atinja a meta no futuro;
- ★ Monte um grupo de polinizadores em algum aplicativo de mensagens e faça desafios diários de mobilização para que estas pessoas ajudem a buscar mais doadores;
- ★ Anuncie em suas redes sociais, e-mails, lives e sempre que puder as pequenas vitórias do

financiamento como “100 pessoas já doaram”, “20% da meta”, entre outras;

- ★ As doações devem obedecer um limite por CPF que é estabelecido pela Justiça Eleitoral. O limite de a doação permitido é de 10% do rendimento bruto no ano anterior ao da doação;**
- ★ Todas as doações devem ser registradas na prestação de contas de campanha;**
- ★ Você precisa engajar as pessoas pelo sonho, pelo projeto político.**
- ★ Essa campanha também serve para você mostrar força para seu partido para ter sua candidatura**

confirmada na convenção. Além do valor total arrecadado, você poderá mostrar que mobilizou muita gente, mesmo que cada doação tenha sido de um valor pequeno.

ATENÇÃO A CRIME ELEITORAL



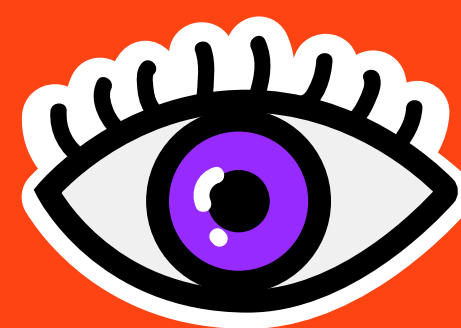
Cuidado. Você só pode pedir voto entre os dias 16 de agosto e até 24 horas antes do dia da eleição

DEPOIS DO FINANCIAMENTO:

- ★ Finalizada a campanha de financiamento coletivo, entre em contato com as pessoas que doaram, se possível, para agradecer e para mantê-las atualizadas sobre os próximos passos que vai seguir - tendo você confirmado sua candidatura ou não.

RECURSO PRÓPRIO

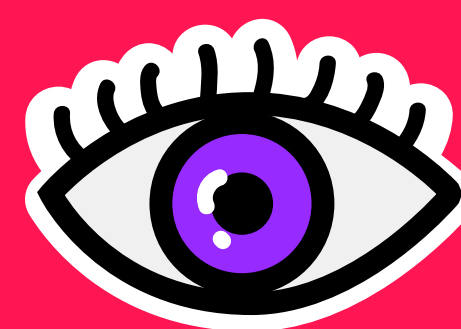
Você pode usar de seu próprio dinheiro para pagar 10% do total de gastos da Campanha.



Investir recursos próprios na Campanha só é recomendado para quem tem essa disponibilidade. Nunca coloque em risco sua saúde financeira - e até mental - para investir em sua Campanha. Lembre-se que toda Campanha é necessariamente COLETIVA, o que significa que você não deve se arriscar para possibilitá-la.

Mesmo que seu Partido te prometa mundos e fundos, em nenhuma hipótese sugerimos investir seu rico dinheirinho para tentar recuperá-lo depois. Só conte com o que tiver em mãos, não faça gastos para o futuro para não ter surpresas desagradáveis ou, pior ainda, para não enfrentar um processo de abuso de poder econômico.

DOAÇÃO DIRETA DE APOIADORES(AS)



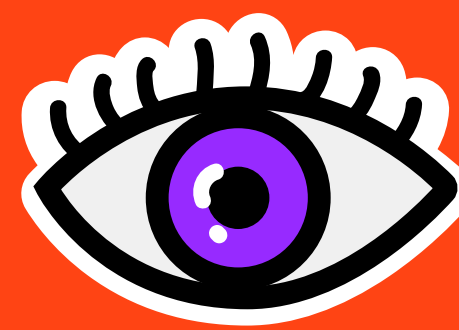
A doação de pessoas físicas é permitida com limite de 10% do rendimento bruto declarado à Receita Federal no ano anterior ao da doação. Se em 2021 uma pessoa declarou ter recebido, por exemplo, R\$ 60 mil. Em 2022 ela poderá doar até R\$ 6 mil para uma campanha, partido ou federação.

Parte importante da arrecadação de fundos, especialmente para campanhas de baixo orçamento, é conseguir

doações diretas via transferência bancária de pessoas físicas. Isso inclui empresárias e empresários também, mas estes devem doar através de seus recursos próprios, jamais através das empresas.

Para que isso seja possível, é necessário um mapeamento de doadores com base em níveis de aproximação para que você possa entrar em contato com cada no momento adequado. Retomaremos este tópico no próximo capítulo.

Por enquanto, você precisa saber que há limites legais para a doação direta e que toda doação deve ser declarada à Justiça Eleitoral com emissão de recibo eleitoral correspondente.



Toda doação - seja de dinheiro, de trabalho voluntário ou de bem para uso na campanha - deve conter a informação de nome completo da doadora ou doador e CPF para que seja possível emitir recibo e prestar contas.

Ou seja, a cada doação, é necessário emitir:

01 Documento fiscal ou comprovante em nome da pessoa que doou; ou instrumento de doação, quando se tratar de doação de bens de propriedade, como uma sala comercial, por exemplo; OU

02 Instrumento de cessão e

comprovante de propriedade do bem cedido, quando se tratar de bens cedidos temporariamente, como apenas para o período de campanha; OU

03 Instrumento de prestação de serviços, quando se tratar de produto de serviço próprio ou atividades econômicas prestadas por pessoa física em favor da candidatura, partido ou federação.

É expressamente proibido receber doações sem comprovação, documento fiscal, instrumento de cessão ou instrumento de prestação de serviços.

EVENTOS DE ARRECADAÇÃO

Ao realizar um evento de arrecadação, vale abusar da criatividade. Existem muitos formatos diferentes. É possível realizar rodas de conversa na casa de pessoas conhecidas; jantares e piqueniques de arrecadação em que outra pessoa doe os alimentos e até um leilão de arte!

Caso o evento seja realizando antes do período de campanha oficial, ou seja, antes de 16 de agosto, as doações devem ser intermediadas pelo partido que só poderá repassar pra sua candidatura quando ela tiver um CNPJ próprio.

O evento deve ser comunicado à Justiça Eleitoral com 5 dias de antecedência e a dica suprema é **DOCUMENTAR TUDO**.

- ★ **Contrato com advogada e contadora**
- ★ **Contrato de aluguel de espaço ou termo de doação**
- ★ **Termo de doação de serviços e produtos**
- ★ **Notas fiscais e recibos de tudo**
- ★ **Prepare-se para emitir os recibos eleitorais - SPCE**

Também pode vender material que foi doado para a Campanha. As Muitas, em 2016, realizou um leilão de arte com obras doadas por artistas. Clique aqui para saber mais sobre essa ideia no site da Im.Pulsa

SITE IM.PULSA

Divida as tarefas, alinhe responsabilidades, tenha os documentos acessíveis no dia do evento de arrecadação e os telefones da advogada e contadora caso a fiscalização eleitoral apareça de surpresa.

ENTRE CANDIDATURAS

“É possível compartilhar ou doar entre uma ou mais candidaturas:

- ★ **Estrutura física ou virtual compartilhada;**
- ★ **Equipe e equipamentos;**
- ★ **Divulgação nas redes da candidata;**
- ★ **Produção e divulgação de materiais impressos e digitais;**
- ★ **Programa e ideais;**

- ★ **Influência digital, temática ou territorial inclusive para a produção de material compartilhado.**

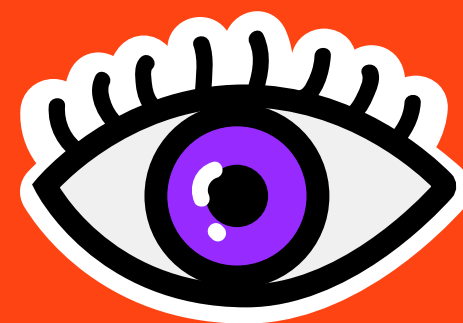
FUNDO PARTIDÁRIO E FUNDO ELEITORAL

O Fundo Partidário e o Fundo Eleitoral são recursos públicos repassados para os partidos para viabilizar as campanhas. Você pode conferir no nosso Calendário as datas em que a Justiça Eleitoral vai liberar as informações sobre o tema, como soma de recursos por partido, por exemplo. Ainda que para a distribuição dos

recursos públicos os partidos tenham certa autonomia, é importante que saiba que há algumas regras que devem ser seguidas, como a reserva de 30% dos recursos e o máximo de 70% para candidaturas de cada gênero, além de tempo de propaganda na rádio e televisão. Está assim previsto no art. 10, §3º, e no art. 17, §2º, da Resolução do TSE 23.609.

Essa regra tenta forçar os dirigentes partidários, que tem autonomia pra decidir sobre esses recursos públicos como bem entenderem, a investir em candidaturas de mulheres.

Na prática, isso favorece candidaturas de mulheres cis e trans. Nos aprofundaremos neste assunto no material sobre **Negociação com Partidos.**



A desobediência da reserva de 30% das vagas para mulheres cis e trans pode representar o indeferimento de todas as candidaturas. Na prática, essa regra é desrespeitada com bastante frequência e pouca ou nenhuma punição é aplicada aos infratores.

Já saiba de antemão que, para receber recursos dos partidos, você deverá abrir uma segunda conta bancária distinta e específica para movimentar os recursos do Fundo Partidário. Ou seja, você só poderá aceitar o dinheiro do partido quando já tiver aberto a conta específica para esta natureza de recurso.

MAPEAMENTO DE DOADORES



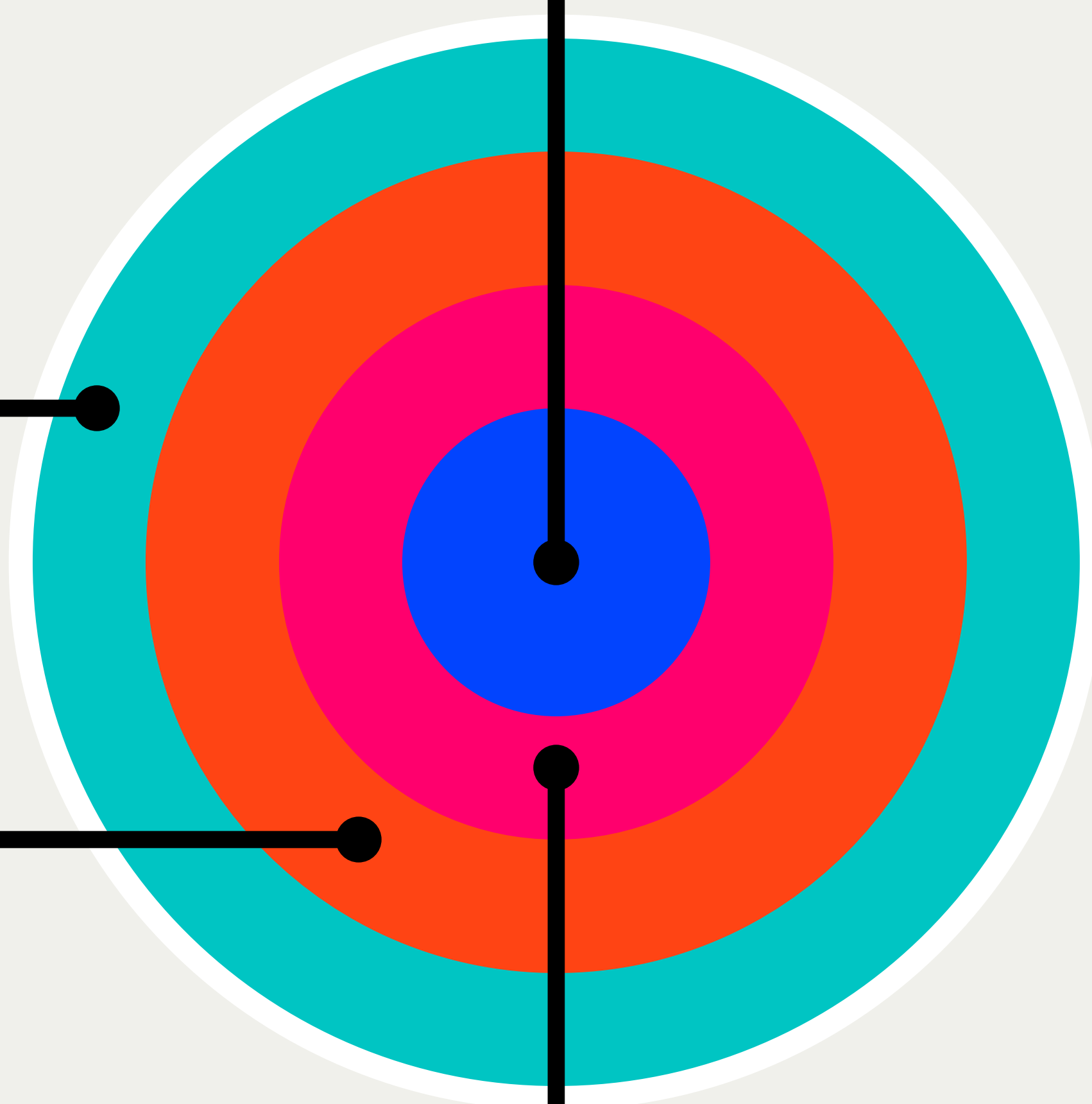
O mapeamento de doadoras e doadores é muito importante caso sua campanha seja de baixo orçamento. Como já dissemos, onde falta dinheiro é preciso ainda mais organização. O modelo abaixo foi sugerido por André Barreto para divisão das doadoras e doadores em quatro grandes grupos: 1) Pessoas próximas, 2) Pessoas conhecidas, 3) Conhecidas de conhecidas e 4) Multidão.

4. MULTIDÃO

você vai chegar a essas pessoas à medida que colocar a campanha para rodar

1. PESSOAS PRÓXIMAS

família, amigos, colegas de trabalho e luta, equipe mais próxima

**3. CONHECIDAS DE CONHECIDAS**

pessoas que não te conhecem mas fazem parte da sua rede de contatos

2. PESSOAS CONHECIDAS

amigas mais distantes, colegas de ativismo, trabalho e estudos, pessoas do partido e outros grupos que você frequenta

Não existe uma fórmula matemática, o que vai definir se uma pessoa está no círculo 1 ou 2 é seu sentimento em relação à ela. Prepare papel e caneta ou abuse do Excel.

PESSOAS PRÓXIMAS

São as primeiras apoiadoras: são elas que vão apoiar as decisões e ajudar em todos os momentos difíceis da travessia. Serão as primeiras a defender as ideias e ajudar a espalhar os valores e propostas, a doar e pedir dinheiro. Familiares, amigas, colegas de trabalho e luta. Todo mundo que está a uma chamada ou e-mail de distância.

Onde elas estão?

- ★ **Contatos do celular**
- ★ **Contatos do e-mail**
- ★ **Agenda de papel**
- ★ **Listas de e-mails**
- ★ **Grupos de e-mails**
- ★ **Convite de casamento**
- ★ **Convite de aniversário**
- ★ **Grupos e coletivos diversos**
- ★ **Grupos de escola, faculdade e cursos**
- ★ **Grupos religiosos**
- ★ **Vizinhança e comunidades**
- ★ **Redes sociais**

PESSOAS CONHECIDAS

Vão te apoiar de alguma forma: elas já estão ligadas aos seus temas e pautas e, talvez, já tenham tido algum contato com você, mas precisam conhecer o projeto para se encantarem. Amizades mais distantes, colegas de ativismo, trabalho e estudos, pessoas do partido e outros grupos que você frequenta.

CONHECIDAS DE CONHECIDAS

Vão precisar de mais tempo e dedicação para se envolverem: são pessoas que estão próximas de você, de alguma forma. Vocês viveram experiências próximas, mas não chegaram a se conhecer direito ou nem se conhecem pessoalmente, mas fazem parte de uma mesma rede.

MULTIDÃO

Público alvo ou personas definidas pelo núcleo estratégico: aqui está todo o eleitorado e doadores em potencial,

mas que nem fazem ideia de que você existe. Você chegará a essas pessoas à medida que a campanha for para a rua. A tendência é que essas pessoas decidam votar ou doar após a metade da campanha.

NÃO TENHA VERGONHA DE PEDIR



- ★ **Pense estrategicamente:** mapa de afetos e rede de contatos
- ★ **Despersonalize sua mensagem:** é sobre causas e valores sociais urgentes
- ★ **Tenha empatia:** a situação econômica é delicada para todos
- ★ **Faça política:** pressione seu partido
- ★ **Engaje mais pessoas:** acredite na força do coletivo
- ★ **Documente tudo:** mas não se perca na burocracia
- ★ **Aprenda a pedir e delegar:** você não é sua equipe, confie nela

FONTES E INSPIRAÇÕES



André Barreto - Campanhas de Baixo Orçamento e Alto Engajamento. Webinar +LGBT Ocupando a Política, 2021.

Me Farei Ouvir - Manual da Mulher Candidata. Me Farei Ouvir, 2020. Disponível em: <https://www.mefareiouvir.com.br/wp-content/uploads/2020/08/MANUAL_DA_MULHER_CANDIDATA_ME_FAREI_OUVIR.pdf>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2022.

Pavio Criativo - Leilão de arte para arrecadação de recursos – Campanha coletiva As Muitas. Plataforma Im.Pulsa, 2020. Disponível em: <<https://www.impulsa.voto/materials/leilao-de-arte-para-arrecadacao-de-recursos-campanha-coletiva-as-muitas/>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2022.

Pavio Criativo - Gestão poderosa de contatos – Marina Helou 2018. Plataforma Im.Pulsa, 2020. Disponível em: <<https://www.impulsa.voto/materials/gestao-poderosa-de-contatos-marina-helou/>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2022.

Im.Pulsa - Como pedir dinheiro em um financiamento coletivo. Plataforma Im.Pulsa, 2020. Disponível em: <<https://www.impulsa.voto/materials/como-pedir->

[dinheiro-em-um-financiamento-coletivo/](#)>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2022.

Im.Pulsa - Como organizar um evento de arrecadação. Plataforma Im.Pulsa, 2020. Disponível em: <<https://www.impulsa.voto/materials/como-organizar-um-evento-de-arrecadacao/>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2022.

Im.Pulsa - 12 dicas para captar recursos e conseguir apoiadores. Plataforma Im.Pulsa, 2020. Disponível em: <<https://www.impulsa.voto/materials/12-dicas-para-captar-recursos-e-conseguir-apoiadores/>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2022.

Instituto Update - Financiamento Coletivo para Campanhas. Instituto Update, 2018. Disponível em: <https://www.institutoupdate.org.br/wp-content/uploads/2019/05/cartilha_financiamento1.pdf>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2022.

FICHA TÉCNICA

#VoteLGBT

O #VoteLGBT é uma organização que desde 2014 busca aumentar a representatividade de pessoas LGBTQ+ em todos os espaços, principalmente na política. Entendemos que só existe democracia quando há diversidade, por isso, também enxergamos a representatividade de forma interseccional às questões de gênero e raça. Desde 2016, realizamos pesquisas sobre a população LGBTQ+, entendendo que esses dados são fundamentais para uma leitura complexa dessa população e para a criação de políticas públicas voltadas para nossas necessidades.

Em 2021, fomos selecionadas para o fundo ERA com o projeto + LGBT na Política. Com recursos adicionais do Victory Institute e, mais recentemente, do Google.org, realizamos uma profunda pesquisa sobre a participação de pessoas LGBTQ+ na política, treinamentos de lideranças e criação de ferramentas para participação política. Esta cartilha faz parte deste projeto.

+LGBT NA POLÍTICA

Direção executiva: Gui Mohallem

Coordenação de projeto: Danilo Feno

Produção: Cássia Viana

Pesquisa: Evorah Cardoso

Design: Estúdio Cuspe

Redes Sociais: Yvana Vaér

Assessoria de Imprensa: Alexandre Putti

Pavio Criativo

Estúdio de soluções em comunicação fundado em 2020 e que atua exclusivamente com causas sociais, pessoas e organizações que querem mudar o mundo. Nosso propósito é gerar conscientização e mobilização social trabalhando por e com valores de interseccionalidade para acabar com opressões e desigualdades estruturais.

Equipe: Bárbara Rodarte, Dandara Lima, Fábio Martins e Gabriel Pereira

Redação e editoração: Dandara Lima

Projeto gráfico: Fábio Martins

Victory Institute

O Victory Institute é uma organização baseada nos EUA dedicada ao fortalecimento de líderes LGBTQ+ ao redor do mundo, contribuindo

com a promoção da igualdade em todos os níveis de governo. Por meio de programas de treinamento e desenvolvimento profissional, o Victory Institute ajuda centenas de pessoas a seguir suas carreiras na política, governo, negócios e advocacy. Muitas lideranças treinadas pela Victory se juntam às mais de 1000 pessoas declaradamente LGBTQ+ eleitas em todo o mundo.

Diretora de programas internacionais:

Alheli Partida Rodriguez

Gerente de programas internacionais:

Mateo de la Torre

